

# Máster de Formación Permanente en Psicología del Consumidor



FORMACIÓN PERMANENTE





## Acercas de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



# Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





## Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...



# Presentación del Programa

Mediante el Máster en Psicología del Consumidor obtendrás una completa formación para comprender en profundidad los procesos mentales que guían el comportamiento del consumidor, desde la neurociencia aplicada al marketing hasta los factores sociales, culturales y emocionales que influyen en sus decisiones de compra.

El temario aborda disciplinas como la psicología económica, el neuromarketing y el análisis del customer journey, identificando cómo operan en cada etapa condicionantes internos como las actitudes, la motivación, las emociones, el procesamiento de información o la conformación de preferencias.

Tras finalizar, estarás preparado para desempeñarte como experto en investigación del consumidor, pudiendo segmentar perfiles, diseñar estrategias de posicionamiento y comunicación publicitaria que conecten de forma más efectiva con tus targets.



**Duración:** 1.500 horas



**Créditos:** 60 Créditos ECTS



**Metodología:** Online



**Matriculación:** Permanente



# Programa Académico

- ✓ Conocer la conceptualización y relación entre psicología económica, del consumidor y marketing, así como identificar las claves del marketing interventivo y social y analizar el concepto de Neuromarketing o marketing emocional y su incidencia en el consumidor.
- ✓ Conocer e interpretar el comportamiento del consumidor, así como sus modelos y enfoques de investigación desde el marketing.
- ✓ Dominar el proceso de consumo del consumidor, así como los procesos que se desarrollan en el cerebro durante dicho proceso: bases neurológicas.
- ✓ Identificar y analizar las influencias que inciden en el consumidor y que determinan el proceso de consumo.
- ✓ Analizar los factores culturales, familiares, sociales, de grupo y la influencia social media en la decisión de compra y hábitos de consumo del consumidor.
- ✓ Identificar y analizar las influencias internas y externas del consumidor, así como relacionar el proceso de aprendizaje del individuo, su personalidad e incidencia de la memoria en los hábitos de consumo y decisión de compra del consumidor.
- ✓ Relacionar y comprender la incidencia de la percepción, sensaciones, la atención, el efecto motivacional y las emociones del individuo en los procesos y hábitos de consumo, así como dominar la conceptualización y elementos claves de dichos conceptos.
- ✓ Analizar el procesamiento de información de los individuos y relacionarlo con el proceso de compra del consumidor.
- ✓ Conocer la naturaleza de las actitudes del consumidor, así como el rol de las mismas en el proceso de compra y en el comportamiento del consumidor.
- ✓ Describir y comprender el proceso de toma de decisiones del individuo como consumidor, así como analizar en profundidad el proceso de compra: motivación, elección, comportamientos, satisfacción, impulso, marketing y patrones de compra.
- ✓ Analizar los elementos esenciales de la comunicación verbal y de su influencia interpersonal como herramienta de consumo, así como conocer estrategias de captación de atención e interés del consumidor.
- ✓ Determinar la influencia y especial incidencia de la publicidad en el consumo, así como las principales disposiciones legales que afectan al consumidor y a los procesos de venta.



## Programa Académico

- ✓ Analiza y sintetiza los contenidos y estrategias de información desarrollada a través de diferentes fuentes relacionadas con la psicología del consumidor.
- ✓ Resuelve problemas propios de la organización y planificación de información relativa al análisis y comprensión de la terminología y claves de la psicología del consumidor
- ✓ Gestiona y maneja información interdisciplinar propia de diferentes contextos para que la organización de la acción y/o análisis sea variada, multidisciplinar y efectiva.
- ✓ Organiza y planifica la labor como profesional con espíritu crítico y de mejora.
- ✓ Integra un fuerte compromiso ético en el desarrollo de su actividad profesional dirigida al análisis de consumo desde la perspectiva psicológica.
- ✓ Emplea las tecnologías de la información y comunicación en el desempeño de su labor profesional.
- ✓ Toma decisiones considerando las informaciones obtenidas a través de análisis del entorno de las mismas para que las actuaciones y el análisis sean lo más adaptadas posible al contexto donde se van a desarrollar.
- ✓ Aplica conocimientos generales básicos imprescindibles en contextos donde se desarrollan procesos de acción y actuación profesional relacionadas con el consumo.
- ✓ Diseña y gestiona acciones de análisis y estudio de hábitos de consumo.
- ✓ Aplica los conceptos de calidad y mejora continua en la actividad profesional.
- ✓ Trabaja de manera autónoma y hacia metas y consecución de resultados previamente establecidos para el adecuado desarrollo de la acción profesional.



## Programa Académico

- ✓ Relaciona y define los conceptos de psicología del consumidor, marketing y neuromarketing.
- ✓ Analiza la psicología económica y del consumidor, sus funciones y su incidencia en el consumo.
- ✓ Identifica la importante relación entre psicología y marketing y su incidencia en el consumo.
- ✓ Define y analiza el concepto de neuromarketing o marketing emocional, así como su conceptualización, orígenes y aplicaciones.
- ✓ Conoce en profundidad el comportamiento del consumidor como concepto, su historia, definición, teorías, modelos y enfoques de investigación.
- ✓ Analiza el proceso de consumo del consumidor, así como su estudio, segmentación y posicionamiento de producto y estrategias básicas de marketing de precios, marca, canal y comunicación.
- ✓ Interpretar y conocer las bases neurológicas del cerebro humano.
- ✓ Conocer las diferentes influencias existentes en el proceso de consumo: influencias internas, influencias externas e influencias en el proceso de decisión del consumidor.
- ✓ Identificar los factores culturales, familiares y sociales que inciden en los procesos de compra de los consumidores, así como la pertenencia a grupos e influencia social media.
- ✓ Conoce las principales influencias internas del consumidor y relaciona los conceptos de aprendizaje, personalidad y memoria.
- ✓ Analiza los conceptos de sensación, percepción, atención, motivación y emociones y determina su influencia de manera interna en el consumidor y el modo en el que influyen.
- ✓ Identifica las claves y aspectos esenciales en el procesamiento de la información por parte del consumidor.
- ✓ Identifica y estudia la determinación de las actitudes y su rol en las estrategias de venta y de marketing, así como en la decisión de compra del consumidor.
- ✓ Define e identifica los aspectos esenciales del proceso de toma de decisiones del consumidor.
- ✓ Analiza el proceso de compra del consumidor: motivo, elección, comportamiento y técnicas de marketing, patrones, influencias y decisión de compra.
- ✓ Analizar las bases de la comunicación verbal y su influencia como herramienta de consumo.
- ✓ Identificar estrategias de captación de atención e interés del consumidor para favorecer los procesos y decisión de compra.
- ✓ Conoce y domina las estrategias de la publicidad para favorecer el consumo, así como conoce las principales disposiciones legales de interés con respecto al consumo.



# Programa Académico

## MÓDULO 1. PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR: MARKETING Y NEUROMARKETING

MATERIA 1. Psicología económica y psicología del consumidor

MATERIA 2. Psicología y Marketing

MATERIA 3. Neuromarketing o marketing emocional

## MÓDULO 2. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SU DESARROLLO

MATERIA 4. El comportamiento del consumidor

MATERIA 5. El consumidor y su proceso de consumo

MATERIA 6. Bases neurológicas. El cerebro humano

## MÓDULO 3. INFLUENCIAS EN EL CONSUMIDOR QUE DETERMINAN SUS HÁBITOS Y PROCESOS DE CONSUMO

MATERIA 7. Influencias en el proceso del consumo

MATERIA 8. Factores culturales, del hogar y sociales

MATERIA 9. Grupos y social media



## Programa Académico

### MÓDULO 4. CONDICIONANTES INTERNOS DEL CONSUMIDOR

MATERIA 10. Aprendizaje, personalidad y memoria

MATERIA 11. Sensación y percepción

MATERIA 12. Atención

MATERIA 13. Motivación

MATERIA 14. Las emociones

### MÓDULO 5. EL PROCESO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR

MATERIA 15. Procesamiento de la información

MATERIA 16. Actitudes

MATERIA 17. Proceso de toma de decisiones

MATERIA 18. Proceso de compra

### MÓDULO 6. ATENCIÓN AL CONSUMIDOR, PUBLICIDAD Y LEGISLACIÓN

MATERIA 19. Comunicación

MATERIA 20. Atención al consumidor

MATERIA 21. Publicidad

MATERIA 22. Aspectos legales del consumidor



## Programa Académico

**Si te especializas con nuestro programa formativo podrás trabajar en:**

- ✓ Agencias de comunicación y publicidad
- ✓ Departamentos y consultoras de marketing
- ✓ Agencias de investigación de mercados
- ✓ Departamentos de Business Intelligence
- ✓ Proyectos de diseño de productos y estrategias comerciales
- ✓ Laboratorios de Neuromarketing



# Titulación y Certificaciones



El alumnado recibirá un **Título de Máster** y un **Certificado de notas y Competencias Profesionales adquiridas**. Será un Título Propio expedido directamente por la **Universidad San Jorge de Zaragoza**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



# Proceso de **Matriculación**



## Requisitos:

Titulación Universitaria

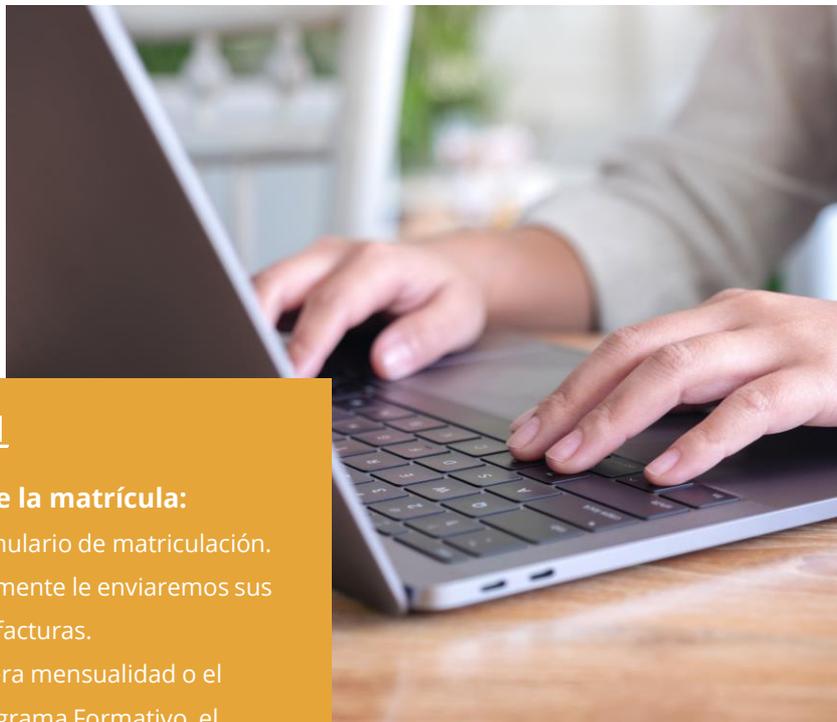
**Matricúlate**

**Más información**



## Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonada la primera mensualidad o el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.



# Métodos y facilidad de Pagos



- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



# ¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



## Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



## Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



## Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.





# ¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



## A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



## Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



## Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrás de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.





**SERCA**

INSTITUTO  
DE ALTOS ESTUDIOS  
ESPECIALIZADOS

## ¿Necesita más **información**?

 [www.institutoserca.com](http://www.institutoserca.com)

 [info@institutoserca.com](mailto:info@institutoserca.com)

 +34 958 372 363 / 660 880 416

